Sátira/12

Suplemento de humor de
Página/12
Sábado 23 de febrero de 2002
Año 15 - Nº 747

especial
los '90



HOY **Sátira** HOY

Los 90, el neoliberalismo sueña con un mundo ideal, en el que cada uno es artífice de su propio destino bancario y cambiario, con el dólar uno a uno, la convertibilidad, el sexo seguro y el dinero mucho más seguro que el sexo, protegido profilácticamente por los bancos importados, que como son importados están bien lubricados y no se pinchan, ni nada. Todo era tan lindo, que no se notaban los desocupados, las fábricas cerradas que se convertían en lofts, los países que iban desapareciendo de la faz de la Tierra (URSS, Yugoslavia) y los que se iban sumergiendo más y más en la pobreza, mientras nosotros, siempre firmes con el uno a uno, felices en Deudolandia gracias al plan de Charly y Mingo consistente en pedir plata hasta que no te quieran prestar más, y entonces que reviente todo y listo.

Y reventó. Y los pedacitos de globo nos tapan la cara y el globo era... sí, no era un globo, era lo que usted piensa. Y ahora la Argentina es algo que nadie sabe demasiado qué es. Se habla de volver a producir, pero no se sabe qué. Por ahora, se producen cacerolazos y noticias que al día siguiente se desmienten. Entonces, es razonable que alguien extrañe los 90. No porque fueran mejores, sino porque existía... la ilusión.

Nos vemos el próximo sábado.

Rudy









Los decretos de necesidad y urgencia

■ De acuerdo con la nueva Constitución del '94, el gobierno lanza una nueva lista de decretos de necesidad y urgencia, que tiene vigencia plena:

1) Se paga por trabajar, pero quien paga es el que trabaja. Cada uno tiene tantos empleos como le alcance el bolsillo y vive de sus empleados.

2) El sindicato es una institución que defiende los derechos de sus trabajadores, los sindicalistas.

3) El fútbol es un deporte en el que once jugadores tratan de ser comprados por equipos europeos, y los rivales tratan de evitarlo y ser comprados ellos.

4) Las tres clases sociales son: "los que salen en *Caras*", los que no salen pero pueden comprarla" y "los que ni siquiera pueden comprarla".

5) La única respuesta a la desocupación son los concursos televisivos.

6) No importa lo que uno hizo durante la dictadura, si uno es simpático.

7) Las ideas se miden en dólares.



Las megafusione

RUDY

■ Se producen en estos tiempos megafu
das las empresas se compran y se vend
mo tiempo, acá y en el mundo, a tal pun
chas son vendidas varias veces sin que
compre, y muchos empresarios no sabe
son dueños, y en ocasiones se hacen la
tencia a sí mismos. Muy pocos inversore
des, compran todo, y se quedan de golp
gran cantidad de empresas de lo más di
que pueden incluir empresas sinérgicas
complementan) como "Chicles, sistemas
tología prepaga, revistas para leer en el
rio, y teléfonos que sirven para llamar y
nos"; pero también puede pasar que un
dueño de úna metalúrgica, una fábrica d
tes, otra de preservativos (son intereses
puestos con los preservativos), una distr
de fobias, y tres gobiernos en repúblicas
gunda clase. Los grupos son verdaderos
se comen cualquier cosa.
Los obreros se deben enfrentar a una si
aún peor: un día deben ser fuertes oper
lúrgicos, y al día siguiente tienen que de
ciendo los nuevos modelos; ya que la er
dedica ahora a ropa femenina. Cuando
contra un patrón, lo más frecuente es qu
no sea el dueño de la empresa, y el nue
tario quizá no los escucha ni atiende por
consignas no son contra él sino contra e
Las empresas pasan de ser estatales a
de capitales argentinos a australianos, r
norteamericanos, europeos, japoneses,
coreanos, bolivianos, tehuelches, o de p
jamás existieron en la realidad y fueron
los efectos de generar dominios de Inter





HOY Sátira HOY

Los 90, el neoliberalismo sueña con un mundo ideal, en el que cada uno es artífice de su propio destino bancario y cambiario, con el dólar uno a uno, la convertibilidad, el sexo seguro y el dinero mucho más seguro que el sexo, protegido profilácticamente por los bancos importados, que como son importados están bien lubricados y no se pinchan, ni nada. Todo era tan lindo, que no se notaban los desocupados, las fábricas cerradas que se convertían en lofts, los países que iban desapareciendo de la faz de la Tierra (URSS, Yugoslavia) y los que se iban sumergiendo más y más en la pobreza, mientras nosotros, siempre firmes con el uno a uno, felices en Deudolandia gracias al plan de Charly y Mingo consistente en pedir plata hasta que no te quieran prestar más, y entonces que reviente todo y listo.

Y reventó. Y los pedacitos de globo nos tapan la cara y el globo era... sí, no era un globo, era lo que usted piensa. Y ahora la Argentina es algo que nadie sabe demasiado qué es. Se habla de volver a producir, pero no se sabe qué. Por ahora, se producen cacerolazos y noticias que al día siguiente se desmienten. Entonces, es razonable que alguien extrañe los 90. No porque fueran mejores, sino porque existía... la ilusión.

Nos vemos el próximo sábado.

Rudy













Los decretos de necesidad y urgencia

■ De acuerdo con la nueva Constitución del '94, el gobierno lanza una nueva lista de decretos de necesidad y urgencia, que tiene vigencia plena:

1) Se paga por trabajar, pero quien paga es el que trabaja. Cada uno tiene tantos empleos como le alcance el bolsillo y vive de sus empleados.

2) El sindicato es una institución que defiende los derechos de sus trabajadores, los sindicalistas.

3) El fútbol es un deporte en el que once jugadores tratan de ser comprados por equipos europeos, y los rivales tratan de evitarlo y ser comprados ellos.

4) Las tres clases sociales son: "los que salen en *Caras*", los que no salen pero pueden comprarla" y "los que ni siquiera pueden comprarla".

5) La única respuesta a la desocupación son los concursos televisivos.

6) No importa lo que uno hizo durante la dictadura, si uno es simpático.

7) Las ideas se miden en dólares.





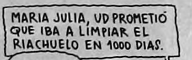


Las megafusiones

RUDY

■ Se producen en estos tiempos megafusiones, todas las empresas se compran y se venden al mismo tiempo, acá y en el mundo, a tal punto que muchas son vendidas varias veces sin que nadie las compre, y muchos empresarios no saben de qué son dueños, y en ocasiones se hacen la competencia a sí mismos. Muy pocos inversores, grandes, compran todo, y se quedan de golpe con una gran cantidad de empresas de lo más diversas, que pueden incluir empresas sinérgicas (que se complementan) como "Chicles, sistemas de odontología prepaga, revistas para leer en el consultorio, y teléfonos que sirven para llamar y pedir turnos"; pero también puede pasar que un grupo sea dueño de úna metalúrgica, una fábrica de juguetes, otra de preservativos (son intereses contrapuestos con los preservativos), una distribuidora de fobias, y tres gobiernos en repúblicas de segunda clase. Los grupos son verdaderos ñandúes, se comen cualquier cosa.

Los obreros se deben enfrentar a una situación aún peor: un día deben ser fuertes operarios metalúrgicos, y al día siguiente tienen que desfilar luciendo los nuevos modelos; ya que la empresa se dedica ahora a ropa femenina. Cuando protestan contra un patrón, lo más frecuente es que ése ya no sea el dueño de la empresa, y el nuevo propietario quizá no los escucha ni atiende porque las consignas no son contra él sino contra el anterior. Las empresas pasan de ser estatales a privadas, y de capitales argentinos a australianos, nigerianos, norteamericanos, europeos, japoneses, guaraníes, coreanos, bolivianos, tehuelches, o de países que jamás existieron en la realidad y fueron creados a los efectos de generar dominios de Internet.









Reflexiones sobre los cambios de los '90

■ Primero el dólar estaba por las nubes. Después, por el piso, después, otra vez a las nubes, lo que es cierto es que jamás está a nuestra altura.

■ Menem recibió un país que era un desastre. El cambió todo: sigue siendo un desastre, pero no es más un país.

■ Un fenómeno de estos tiempos es el shopping: es como una terapia de fin de siglo: y de fin de sueldo.

■ Otro gran problema es la seguridad: uno entra al shopping y en la puerta hay un montón de personas con cartelitos de "seguridad". Yo creo que están en la puerta para garantizar que nadie se escape sin haber comprado nada.

■ La competencia es terrorífica: un negocio puso un cartel: "Abierto las 24 horas", otro le respondió: "Abierto las 48 horas". Y tuvo razón, a las 48 horas de abrir tuvo que cerrar por falta de público.

■ Otro fenómeno de los '90 es la cirugía estética: una mujer entra al quirófano y le ponen en los pechos lo que le sacan de la billetera.

■ Otro tema son los barrios cerrados, que tienen su propia seguridad, sus propias ambulancias, sus propios policías, sus propios ladrones.

■ La computación es otro icono de la década. Tengo el último modelo de CPU, de teclado, de monitor, de modem, de CD-Rom y de impresora, ahora de todo mi equipo lo único anticuado soy yo.

■ Antes los aparatos duraban "para siempre", ahora también: lo que pasa es que ahora "siempre" dura mucho menos que antes.

■ Salió una nueva computadora capaz de hacer el trabajo de 100 desocupados.

■ Otro fenómeno, el teléfono celular. Con mi mujer decidimos compartirlo: ella lo usa de lunes a viernes, y yo lo pago a fin de mes.

■ Gracias a la globalización uno se puede olvidar de sus problemas y dedicar todo su tiempo a resolver problemas de otros.

■ Gracias a la globalización usamos los mismos productos que en Europa y EE.UU. ellos los terminan de usar y nos los mandan a nosotros.

■ Ahora la gente hace cualquier cosa por su imagen, todos se mueren por salir en los diarios o en tevé: se tiñen de violeta y verde el pelo, se acuestan con un productor, bombardean un país africano...

■ Gracias a las ventas por teléfono y por tevé, ahora uno puede alimentarse, vestirse, comprar libros, todos sin moverse de su casa: como los presos.

■ Para el marketing uno deja de tener nombre y apellido, y pasa a ser un número: el de su sueldo. Mi vecina, por ejemplo, es la señora 1120. Mi tío es el 150, es que es jubilado, mi mujer es el -3450, porque gasta mucho más de lo que gana.

■ Hay empresarios que les cambian el nombre a sus productos para poder volver a vendérselos a la gente. Cuando los descubren, se cambian el nombre ellos, para que no los atrapen.

■ Primero el mercado descubrió a las mujeres, luego a los adolescentes, luego a los niños, y ahora ¡a los muertos! ¡Cómo puede ser que haya marketing de cementerios! "Venga a Edens Park, un lugar con todas las comodidades para que los difuntos se sientan como en su propia casa".

■ Hay gente que sólo compra marcas de prestigio. Y después las pega sobre sus electrodomésticos berreta.

■ Hoy en día la competencia exige que cualquier empresa tenga especialistas en marketing, en management, en merchandising, en franchising: la competencia parece ser quién inventa más palabras que nadie entienda.

■ Hay unas chicas muy bonitas en la calle que le preguntan a la gente si tiene 45 minutos libres para hablar de yogur. Es un estudio de mercado sobre la manera de perder el tiempo de los argentinos.

■ Es impresionante el peso de la juventud en estas cosas: hoy en día un joven puede entrar a una empresa como ejecutivo simple a los 13 años, y a los 16 va a ser todo un fracasado.

Cambios familiares

RUDY

■ Se vino la flexibilización laboral: antes la gente le hacía caso al General, e iba de casa al trabajo y del trabajo a casa. O sea, tenía trabajo y casa. Un trabajo al que ir desde casa, y cuyo sueldo alcanzaba para mantener la casa. Estaba la familia tipo, con jefe de familia, cargas sociales, salario familiar, vacaciones pagas, salud cubierta por la obra social, y un montón de inflexibilidades más que ahora se flexibilizaron. Por ejemplo, la familia tipo: sigue existiendo, pero ahora hay varias: está la "pobre tipo", la "rico tipo" la "tipo que no llega a fin de mes", la "tipo que no llega a fin de semana" la "tipo bajas calorías" la "tipo bajos salarios" y la "familia topo", o sea "que busca dónde meterse aunque sea bajo tierra".













ones, to-
n al mis-
que mu-
adie las
de qué
ompe-
gran-
con una
rsas,
ue se
e odon-
onsulto-
dir tur-
upo sea
jugue-
ontra-
uidora
e se-
andúes,

ación
os meta-
llar lu-
resa se
otestan
ése ya
propie-
ue las
nterior.
vadas, y
erianos,
araníes,
ses que
eados a
et.



Reflexiones sobre los cambios de los '90

■ Primero el dólar estaba por las nubes. Después, por el piso, después, otra vez a las nubes, lo que es cierto es que jamás está a nuestra altura.
■ Menem recibió un país que era un desastre. El cambió todo: sigue siendo un desastre, pero no es más un país.
■ Un fenómeno de estos tiempos es el shopping: es como una terapia de fin de siglo: y de fin de sueldo.
■ Otro gran problema es la seguridad: uno entra al shopping y en la puerta hay un montón de personas con cartelitos de "seguridad". Yo creo que están en la puerta para garantizar que nadie se escape sin haber comprado nada.
■ La competencia es terrorífica: un negocio puso un cartel: "Abierto las 24 horas", otro le respondió: "Abierto las 48 horas". Y tuvo razón, a las 48 horas de abrir tuvo que cerrar por falta de público.
■ Otro fenómeno de los '90 es la cirugía estética: una mujer entra al quirófano y le ponen en los pechos lo que le sacan de la billetera.
■ Otro tema son los barrios cerrados, que tienen su propia seguridad, sus propias ambulancias, sus propios policías, sus propios ladrones.
■ La computación es otro icono de la década. Tengo el último modelo de CPU, de teclado, de monitor, de modem, de CD-Rom y de impresora, ahora de todo mi equipo lo único anticuado soy yo.
■ Antes los aparatos duraban "para siempre", ahora también: lo que pasa es que ahora "siempre" dura mucho menos que antes.
■ Salió una nueva computadora capaz de hacer el trabajo de 100 desocupados.
■ Otro fenómeno, el teléfono celular. Con mi mujer decidimos compartirlo: ella lo usa de lunes a viernes, y yo lo pago a fin de mes.
■ Gracias a la globalización uno se puede olvidar de sus problemas y dedicar todo su tiempo a resolver problemas de otros.
■ Gracias a la globalización usamos los mismos productos que en Europa y EE.UU. ellos los terminan de usar y nos los mandan a nosotros.
■ Ahora la gente hace cualquier cosa por su imagen, todos se mueren por salir en los diarios o en tevé: se tiñen de violeta y verde el pelo, se acuestan con un productor, bombardean un país africano...
■ Gracias a las ventas por teléfono y por tevé, ahora uno puede alimentarse, vestirse, comprar libros, todos sin moverse de su casa: como los presos.
■ Para el marketing uno deja de tener nombre y apellido, y pasa a ser un número: el de su sueldo. Mi vecina, por ejemplo, es la señora 1120. Mi tío es el 150, es que es jubilado, mi mujer es el -3450, porque gasta mucho más de lo que gana.
■ Hay empresarios que les cambian el nombre a sus productos para poder volver a vendérselos a la gente. Cuando los descubren, se cambian el nombre ellos, para que no los atrapen.
■ Primero el mercado descubrió a las mujeres, luego a los adolescentes, luego a los niños, y ahora ¡a los muertos! ¡Cómo puede ser que haya marketing de cementerios! "Venga a Edens Park, un lugar con todas las comodidades para que los difuntos se sientan como en su propia casa".
■ Hay gente que sólo compra marcas de prestigio. Y después las pega sobre sus electrodomésticos berreta.
■ Hoy en día la competencia exige que cualquier empresa tenga especialistas en marketing, en management, en merchandising, en franchising: la competencia parece ser quién inventa más palabras que nadie entienda.
■ Hay unas chicas muy bonitas en la calle que le preguntan a la gente si tiene 45 minutos libres para hablar de yogur. Es un estudio de mercado sobre la manera de perder el tiempo de los argentinos.
■ Es impresionante el peso de la juventud en estas cosas: hoy en día un joven puede entrar a una empresa como ejecutivo simple a los 13 años, y a los 16 va a ser todo un fracasado.

Cambios familiares

RUDY

■ Se vino la flexibilización laboral: antes la gente le hacía caso al General, e iba de casa al trabajo y del trabajo a casa. O sea, tenía trabajo y casa. Un trabajo al que ir desde casa, y cuyo sueldo alcanzaba para mantener la casa. Estaba la familia tipo, con jefe de familia, cargas sociales, salario familiar, vacaciones pagas, salud cubierta por la obra social, y un montón de inflexibilidades más que ahora se flexibilizaron. Por ejemplo, la familia tipo: sigue existiendo, pero ahora hay varias: está la "pobre tipo", la "rico tipo" la "tipo que no llega a fin de mes", la "tipo que no llega a fin de semana" la "tipo bajas calorías" la "tipo bajos salarios" y la "familia topo", o sea "que busca dónde meterse aunque sea bajo tierra".

FREE PATI

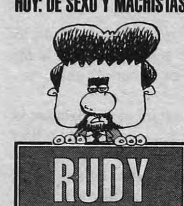


DANIEL PAZ

ANDY



Y VOS...
¿de qué te reís?
HOY: DE SEXO Y MACHISTAS



■ Un hombre se sienta en un tren frente a una voluptuosa rubia, que lleva una pequeña minifalda puesta. Aunque quisiera, no era capaz de retirar su mirada de los muslos.
Como era de esperar, se da cuenta de que anda sin ropa interior.
La rubia se da cuenta de que él la mira ahí, y le dice:
–¿Me estás mirando la vagina?
–Sí, disculpá –responde el hombre, tras quitar su mirada.
–Está bien –responde la mujer–, es muy talentosa, mirá esto, voy a hacer que mi vagina te mande un beso.
Increíblemente, la vagina le manda un beso.
El hombre, totalmente asombrado, pregunta qué otra cosa puede hacer.
–Puedo también hacer que te guiñe, como cerrar un ojo –dice la mujer.
El hombre mira asombrado cómo la vagina le guiña.
–Ven y siéntate al lado mío –sugiere la excitada mujer.
El hombre se sienta a su lado y ella le pregunta:
–¿Quieres meter un par de dedos ahí?
Paralizado de asombro, el hombre responde:
–¡No me jodas! ¡¿También puede silbar?!

■ El prueba ese plato que ella le ha preparado.
–¿Qué es esto, querida?
Ella: –Una receta que saqué de la televisión.
El: –Me parece que vamos a tener que llamar al service de la televisión.

■ Entre amigos:
–Decime la verdad, ¿vos conocés a alguien que haya tenido suerte en el matrimonio?
–Sí, mi esposa.

■ El tipo llora desconsolado:
–¿Qué te pasa, Pepe?
–No sabés lo que hice! ¡Cambié a mi mujer por una damajuana de vino!
–¿La extrañás?
–No, es que la damajuana ya se me terminó!

■ El tipo colocó una silla en la cocina y cada vez que su mujer cocina, le dice:
–Cuidado, querida, que te quemás... más despacio, que se te puede arruinar la crema, cuidado con esa curva, que te podés cortar un dedo, ¡Ay... los huevos! ¡Cuidado, que te pasás de la temperatura máxima? ¿Ya viste la fecha de vencimiento...!

Gracias Marcos, Juan y Pedro
Chistes a **chistecito@psinet.com.ar**

ENRIQUE Y LA CULEBRITA CIEGA



JORH-LINE



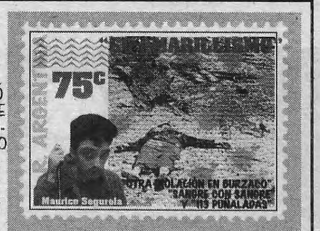


por WOLF - TOUL

FILATELIA

REPÚBLICA ARGENTINA
ÚLTIMOS GUAPOS DE BUENOS AIRES
99c

ARGENTINA 2002
Serie: ÚLTIMOS GUAPOS DE BUENOS AIRES: EL "CHINO" TORALES (MATÓ EN UN MISMO ENTREVERO A 14 MALEVOS DE BARRACAS) EL "TAITA" BONIFATTI (CORRIÓ CON UNA NAVAJA A TODA LA HINCHADA DE NUEVA CHICAGO) EL TORDO VILLEGAS (CONFIÓ SUS AHORROS A UN BANCO ARGENTINO)



ARGENTINA 2002
EXPOSICIÓN DE CUADROS DE MAURICE SEGUROLA, CREADOR DE LA ESCUELA PICTÓRICA "EL AMARILLISMO", AUTOR DE LAS OBRAS "OTRA VIOLACIÓN EN BURZACO", "SANGRE CON SANGRE" Y "113 PUÑALADAS"

ARGENTINA
DIVULGUELO DEPORTIVO

ARGENTINA 1997
Serie: DIVULGUELO DEPORTIVO.
LOS CLUBES DE FÚTBOL DE UN PUEBLITO DE SAN LUIS, DESPUÉS DE CADA PARTIDO (EN VEZ DE INTERCAMBIAR CAMISETAS, INTERCAMBIAN ESPOSAS.



ARGENTINA 2002
CAMPAÑA NACIONAL: "COMBATA SU ANGUSTIA ORAL, COLECCIONE ESTAMPILLAS"

wolftoul@uol.com.ar